

## SABOR A MI® celebra laços familiares em campanha digital

*Ação "Que Família é Essa?" destaca histórias reais de consumidores e o poder afetivo da culinária em conteúdos nas redes sociais*



*Créditos: divulgação*

**São Paulo, março de 2026** – SABOR A MI®, o tempero em pasta mais vendido do país e uma das marcas do portfólio da **Ajinomoto do Brasil**, anuncia o lançamento da campanha digital "**Que Família é Essa?**", que dá continuidade ao sucesso da estratégia iniciada em 2024 com celebridades compartilhando receitas clássicas de suas famílias para reforçar o vínculo emocional entre tempero e tradição. A ação, lançada no dia 17 de março no [Instagram](#), [Facebook](#), [TikTok](#) e [YouTube](#) do **Sabores Ajinomoto**, perfil de receitas da empresa, conta com vídeos protagonizados por consumidores reais para mostrar como a culinária preserva raízes e promove reencontros.

Os conteúdos apresentam as trajetórias de Lily Sampaio e Mariana Lourenço, que personificam o conceito de cozinhar como um ato de afeto. Lily, que deixou a Bahia com a família para viver em São Paulo e apostar no sonho da filha cantora, prepara uma **Moqueca com Banana-da-terra e Palmito Pupunha**, receita ensinada por sua mãe que a reconecta às raízes de sua terra natal e que ganha ainda mais significado quando todos cozinham juntos. Já Mariana Lourenço homenageia o pai, Arnaldo, com a receita de **Frango Caipira com Polenta**, prato passado de geração em geração e preparado por ele enquanto cuidava da neta para que a filha pudesse estudar. A marca prepara uma surpresa e leva Mariana, que mora em outro estado e raramente consegue visitar a família, diretamente para reencontrar o pai na cozinha, transformando o preparo da receita em um momento de emoção e homenagem.

“Além de emocionar, a campanha também destaca a praticidade do tempero em pasta no dia a dia, transformando receitas tradicionais em rituais de afeto. Os vídeos convidam o público a interagir e compartilhar suas próprias vivências na cozinha, fortalecendo o engajamento com a comunidade digital. Para quem quiser reproduzir os pratos apresentados ou conferir mais receitas preparadas com SABOR A MI®, basta acessar o Portal Sabores Ajinomoto”, conclui Chiara Tengan, gerente de Marketing da marca SABOR A MI® na Ajinomoto do Brasil.

“Um prato de família nunca é só um prato. É história, lembranças e emoções. Toda família tem um prato que se transforma em riso, saudade, lágrimas e pessoas. E foram estas histórias que quisemos buscar e contar junto com SABOR A MI®, uma marca que carrega milhares de histórias e sabores do Brasil” comentou Diego Torres, diretor de criação da Cappuccino, agência responsável pela campanha.

Luiz Buzetto, diretor de criação que acompanhou as gravações, complementou: “Ver de perto a história da Lily e da Mariana faz a gente perceber o quanto um almoço em família pode significar e como SABOR A MI® está presente nesse ritual de forma leve e carinhosa. É o tipo de momento que marca, atravessa gerações e merece ser contado. E isso ficou nítido nas gravações, nas surpresas, nos sorrisos e nos abraços.”

## **FICHA TÉCNICA**

**CLIENTE:** AJINOMOTO®

**TÍTULO:** Que Família é Essa?

**PRODUTO:** SABOR A MI®

**CCO:** Vitor Elman

**DC:** Diego Torres e Luiz Buzetto

**CRIAÇÃO:** Rodrigo Mahs/ Matheus Dantas / Aline Vecchi/ Leticia Chinelato / Victor Salgueiro / Francisco Santana

**RTV:** Paula Mazini

**ATENDIMENTO:** Lara Magalhães/ Marília Marchi/ Gustavo Sampaio

**MÍDIA:** Rodrigo Martinez/ Maircon Gonçalves/ Michele Reis

**PLANEJAMENTO:** Isabela Ambrifi/ Lucas Menezes

**APROVADORES:** Chiara Tengan/ Gustavo Campos dos Santos/ Marina Guedes Del Acqua

**PRODUTORA:** Ventania Filmes

**DIRETOR:** Jonas Machado

**DIRETOR DE FOTOGRAFIA:** Marcello Santos

**OPERADOR DE CÂMERA:** Rodrigo Freitas

**ASSISTENTE DE CÂMERA:** Helio Takemoto

**ASSISTENTE DE CÂMERA:** Rodrigo Bucheroni

**ÁUDIO:** Murilo Freitas

**PRODUTOR:** Allan Ferreira de Jesus

**PRODUTOR DE CASTING:** Felipe Brasil

**GAFFER:** Rafael Teixeira

**MAQUIADOR:** João Bargas / Alice Martins

**CULINARISTA:** José Henrique Simplicio da Silva / Lidiane Massaneiro

### **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável**

A Ajinomoto do Brasil desenvolve projetos e ações alinhados aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definidos pela Organização das Nações Unidas (ONU), que visam alcançar um mundo mais igualitário e sustentável até 2030. Clique [aqui](#) para conhecer mais sobre esses projetos.

A divulgação deste material colabora diretamente para os seguintes ODS:



### **Sobre SABOR A MI®**

SABOR A MI® é um tempero em pasta que combina cebola, alho, sal e umami. Pode ser utilizado em qualquer preparação salgada como carnes, frangos, legumes, verduras, feijão e arroz. SABOR A MI® é a opção de tempero básico completo com melhor custo-benefício da categoria, pois traz o sabor preferido dos brasileiros com praticidade, qualidade e economia.

### **Sobre a Ajinomoto do Brasil**

Presente no país desde 1956, a Ajinomoto do Brasil é referência em aminoácidos e amplamente conhecida por seus produtos de varejo, como Tempero SAZÓN®, Refrescos MID®, Sopas VONO® e o próprio AJI-NO-MOTO®, além de atuar no segmento de food service (alimentação fora do lar). A empresa oferece produtos de alta qualidade tanto para o consumidor como insumos para as indústrias alimentícia, cosmética, esportiva, farmacêutica, de nutrição animal e agronegócios. Tem como propósito contribuir para o bem-estar da sociedade, das pessoas e do planeta utilizando sua expertise em “AminoScience”, a ciência dos aminoácidos, da produção à aplicação, por meio de um sistema alimentar sustentável. Para isso, trabalha com produtos desenvolvidos a partir do Biociclo - processo circular de produção sustentável -, com menor impacto no meio ambiente. Com quatro fábricas no interior de São Paulo e sede na capital, emprega cerca de 3 mil pessoas e atende mercados internos e externos. Globalmente, o Grupo Ajinomoto emprega mais de 34 mil pessoas, conta com 117 fábricas e produtos vendidos em mais de 130 países. Em 2024, teve um faturamento global de US\$ 10,2 bilhões e nacional de R\$ 3,6 bilhões. Para mais informações, visite [www.ajinomoto.com.br](http://www.ajinomoto.com.br).

**INFORMAÇÕES PARA IMPRENSA | AJINOMOTO DO BRASIL**



FSB Comunicação  
[ajinomoto@fsb.com.br](mailto:ajinomoto@fsb.com.br)